近年來我國切花外銷情況及未來發展

劉　建　平
農　發　會

摘要：花卉是一種具有藝術價值的農產品，在全世界（尤其是所得水準高的地區）均有廣大的市場，但歷年來我國花卉（包括切枝葉）外銷金額並不高，佔農業產品出口總值的比例亦非常小；然就本省自然環境而言，極適合花卉的栽培，尤其在目前本省水稻生產過剩，政府積極輔導稻田轉作之時，發展深具潛力的花卉外銷事業，極待予以重視。

我國切花外銷，歷年來均以日本為最主要市場，以民國七十年出口價值計算，菊花、唐菖蒲的外銷日本市場就分別佔94.5%及96.7%。梅花、蘭花的外銷，日本市場分別佔48.1%及30.4%；雛菊更是100%銷日本，其次為香港市場，我國玫瑰切花外銷大都以香港市場為主，七十年約佔88%，其餘如蘭花銷往韓國，梅花銷往墨西哥，雖佔很高的比例，但外銷金額並不高。

若要長期發展花卉外銷事業，除日本市場外，應積極拓展世界其他地區的市場，美國與西歐各國為世界花卉的主要消費國，亦應是我國拓展切花外銷的目標，以美國為例，美國進口的切花，以自然條件而言，本省均能够生產，問題是如何以較低的成本生產品質較佳且適合市場需求的花卉，同時由於距離較遠，必須有耐久藏的品種與冷藏運輸的設備和技術，始能與其他國家競爭。與美國隔洋跨海的荷蘭、以色列，都是美國進口切花的主要供應者，甚至新加坡、泰國每年都有相當數量的切花銷往美國，這些都是成功的例子，值得我們借鏡。

本省自然條件適合發展花卉外銷事業，出口商對外供應本協調合作的精神，積極設法瞭解國外的最新需求動態，以拓展市場，對內則應給與農民合理的利潤。花農則應隨時接受各種育種、栽育、及採集後保鮮處理等方面的新知，本合作的態度，提供品質優良的外銷花卉；共同在農商互信互賴的基礎上，建立產銷體制與秩序；如此，我花卉外銷事業的前途必然是大有可為。

前　　言

花卉是一種具有藝術價值的農產品，在全世界（尤其是所得水準高的地區）均有廣大的市場，但歷年來我國花卉（包括切枝葉）外銷金額並不高，佔農產品出口總值的比例亦非常小；然就本省自然環境而言，極適合花卉的栽培，尤其在目前本省水稻生產過剩，政府積極輔導稻田轉作之時，發展深具潛力的花卉外銷事業，亟待予以重視。

近年來發展狀況

民國六十二年，我國觀賞用切花及切枝葉的出口值尚不及新臺幣一千萬元（見表1），到六十九年出口值增加到一億三千餘萬元，增長了13.7倍，七十年略有減少，約八千餘萬元。在所有外銷切花與切枝葉中，菊花為最大宗，其年出口值逐年增加，六十九年曾高達新臺幣八千餘萬元，其次為唐菖蒲、玫瑰、雛菊、梅花、蘭花、仙人掌及觀賞用切枝葉等。

我國切花外銷，歷年來均以日本為最主要市場，以民國七十年出口價值計算，菊花、唐菖蒲的外銷日本市場就分別佔94.5%及96.7%（見表2）。梅花、蘭花的外銷，日本市場分別佔48.1%及30.4%；雛菊更是100%銷日本。其次為香港市場；我國玫瑰切花外銷大都以香港市場為主，七十年約佔88%，其餘如蘭花銷往韓國，梅花銷往墨西哥，雖佔很高的比例，但外銷金額並不高。

表 1. 民國62～70年觀賞用切花及枝葉出口值統計 單位：量：公斤／值：新臺幣千元

年度	總合	梅花	玫瑰	菊花	雛菊	蘭花	唐菖蒲	仙人掌	其他切花(或花芽)	觀賞用枝葉	觀賞用草(皮)
62	9,741	23	1,638	2,628	9	249	603	0	2,344	2,116	131
63	11,364	4	922	3,456	1	937	1,135	4	3,463	1,320	122
64	21,974	69	3,020	9,262	158	2,435	2,049	0	2,601	2,124	256
65	33,738	0	2,092	13,790	84	173	4,192	629	7,963	4,269	546
66	58,735	0	3,070	29,537	43	1,320	4,135	267	10,843	9,240	280
67	86,727	19	2,040	47,713	0	960	5,639	105	20,797	8,690	684
68	115,008	0	988	66,020	4,987	671	5,547	86	25,709	10,923	77
69	133,733	0	1,382	81,953	1,346	217	7,057	357	32,178	9,164	79
70	81,396	1,306	1,996	62,142	1,379	981	1,934	2,770	3,621	4,583	664

資料來源：海關進出口統計

表 2. 民國七十年外銷市場別六種切花出口統計 單位：新臺幣千元

國家	梅花		玫瑰		菊花		雛菊		蘭花		唐菖蒲	
	價值	%	價值	%	價值	%	價值	%	價值	%	價值	%
日本	628	48,1	110	5.5	58,726	94.5	1,379	100.0	298	30.4	1,890	96.7
韓國	—	—	—	—	—	—	—	—	570	58.1	—	—
琉球	—	—	—	—	126	0.2	—	—	—	—	—	—
香港	—	—	1,763	88.3	2,834	4.6	—	—	—	0.8	57	2.9
新加坡	—	—	116	5.8	212	0.3	—	—	—	—	—	—
馬來西亞	—	—	—	—	31	0.1	—	—	—	—	—	—
美國	—	—	—	—	86	0.1	—	—	—	—	—	—
墨西哥	678	51.9	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
荷蘭	—	—	—	—	—	—	—	—	105	10.7	—	—
西德	—	—	7	0.4	127	0.2	—	—	—	—	7	0.4
合計	1,306	100.0	1,996	100.0	62,142	100.0	1,379	100.0	983	100.0	1,954	100.0

資料來源：海關進出口統計。

未來展望

近年日本由於其國內對切花需求的快速增加，進口金額亦年年大幅提高，尤以菊花和蘭花進口數量增加最爲快速。日本進口菊花幾乎全由我國供應，但近年日本在琉球大規模推廣菊花栽培，已使我國菊花在日本市場受到嚴重的威脅。蘭花的供應者是泰國和新加坡。

若要長期發展花卉外銷事業，除日本市場外，應積極拓展世界其他地區的市場，美國與西歐各國爲世界花卉的主要消費國，亦應是我國拓展切花外銷的目標。

以美國爲例，美國進口的切花，以自然條件而言，在本省均能够生產，問題是如何以較低的成本

生產品質較佳且適合市場需求的花卉，同時由於距離較遠，必須有耐久藏的品種與冷藏運輸的設備和技術，始能與其他國家競爭。與美國隔洋跨海的荷蘭、以色列，都是美國進口切花的重要供應者，甚至新加坡、泰國每年都有相當數量的切花銷往美國，這些都是成功的例子，值得我們借鏡。

目前國內對外銷切花，在栽培技術方面，雖已有相當的基礎，但對切花採集後的保鮮處理（分級、包裝、集運的過程與方法），一般却不甚重視；事實上，採集後的各項工作極為重要，而且非常繁雜，花農與出口商都應負部份責任。未來應灌輸花農與出口商重視採收後各項工作的觀念，並做有效率的分工；銷售後若有超額的利潤，亦應分配給花農，以提高其生產意願，從而建立農、商一體彼此互信互賴的關係，這些都是發展花卉外銷事業的基本工作。

過去切花出口商彼此有惡性競銷的情形，從去年九月開始，花卉輸出業同業公會試辦「外銷日本東南亞地區花卉調節出口」，此一情況似已有改善，但出口商之間的協調與合作，仍待加强。

結　論

本省花農，一如所有其他農民，思想保守，不易接受新的觀念，對現代市場與行銷的知識尤爲貧乏；各地花農雖都有研究班的組織，但研究班的集會大都以討論或交換其會員間育苗及栽培的經驗為主，對外界的新知，尤其是對切花採集後的保鮮處理知識，則少有接觸。未來應透過各種組織，在這方面予以指導與協助。

總之，本省自然條件適合發展花卉外銷事業，出口商對外應本協調合作的精神，積極設法瞭解國外的最新需求動態，以拓展市場，對內則應給與農民合理的利潤。花農則應隨時接受各種育種、栽育、及採集後保鮮處理等方面的新知，本合作的態度提供品質優良的外銷花卉；共同在農商互信互賴的基礎上，建立產銷體制與秩序；如此，我花卉外銷事業的前途必然是大有可為。

討　論

永靖鄉花農、問：本省外銷切花之種類與外銷對象（目的地）情况如何？

劉建平先生　答：本省切花外銷，歷年來均以日本為最主要市場，如以民國七十年出口價值計算、菊花、唐菖蒲的外銷日本市場就分別佔94.5%及96.7%，雛菊更是100%外銷日本、梅花、蘭花的外銷，日本市場分別佔48.1%及30.4%。其次為香港市場，本省玫瑰切花外銷大都以香港市場為主，七十年約佔88%，其餘如蘭花銷往韓國、梅花銷往墨西哥，雖佔很高的比例，但外銷金額並不高。